

平成25年度第1回
札幌市中小企業振興審議会

会 議 録

日 時：平成25年10月30日（水）午後2時開会
場 所：札幌市民ホール 2階 第1号会議室

1. 開 会

○事務局（田中経済企画課長） それでは、定刻より少し早いのですが、皆さんおそろいですので、ただいまから、札幌市中小企業振興審議会を開催させていただきます。

私は、札幌市経済局経済企画課長の田中と申します。よろしくお願いいたします。

本日は、お忙しい中にご出席いただきまして、ありがとうございます。

初回ということで、会長、副会長がまだ決まっておりません。決まるまでの間、私が進行を務めさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

失礼ですが、着席にて進めさせていただきます。

初めに、委嘱状交付式を行います。

本来であれば、上田市長からお一人お一人に委嘱状をお渡しするところがございますけれども、進行上、あらかじめ皆様のお席に委嘱状を配らせていただいております。ご了承ください。

なお、本日、北洋銀行の柴田委員、ダテハキの守委員につきましては、所用のため、欠席とのご連絡を受けております。

続きまして、私ども事務局を紹介させていただきます。

経済局長の荒井でございます。

産業振興部長の川畑でございます。

立地促進担当課長の渋谷でございます。

産業進振興課長の平野でございます。

金融・経営支援担当課長の水野でございます。

ものづくり産業課長の松川でございます。

特区推進担当課長の米田でございます。

それでは、経済局長の荒井より、一言、ご挨拶を申し上げます。

○荒井経済局長 本日は、お忙しい中をお集まりいただきまして、ありがとうございます。また、委員就任のご承諾をいただき、重ねてお礼を申し上げたいと思います。

本市を取り巻く経済状況としましては、皆さんもご承知のとおり、大変厳しい状況にあるものの、雇用の改善や観光客数が少しずつ増えてきたという明るい兆しも見えています。ただ、まだまだ厳しい経済状況で、特に中小企業の皆さんを取り巻く環境は厳しいことには変わりないと思っております。そういう意味で、当中小企業審議会が、皆様からのお話をいただき、私ども札幌市の施策等に反映して、札幌市の経済状況が少しでもよくなるようにという思いでおります。ぜひとも、皆様方のお話を賜ればと思っております。

札幌市におきましては、一昨年に、札幌市産業振興ビジョンをつくりまして、今後の札幌市の産業振興についての基本的な考え方が述べられております。その中で、食や観光の部分については、重点分野ということで、さまざまな施策を展開していこうという方向性を出しております。

特に、食については、ご承知のとおり、北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特

区について定められておりますし、札幌市独自ですけれども、コンテンツ特区ということで映像を海外に向かって発信していこうという意味で国から特区を認められておりまして、特に、海外を意識した事業が多くなってございますし、北海道、札幌がこれからの人口減少、高齢化の中で経済の中でどう生きていくのかという時に、どうしても海外に目を向けていかなければならない状況があるかと思っております。

本日のテーマとしましては、道内連携、あるいは海外展開を大きな軸としてお話をさせていただきたいと思っております。札幌市の経済がこれから向かっていく方向性がそういったキーワードの中に含まれているのではないかと考えまして、本日の議題としてさせていただいております。ぜひとも、皆さんから貴重なご意見を賜って、私どもの施策に少しでも生かしていけるように頑張っていきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、本当にありがとうございます。

2. 議 事

○事務局（田中経済企画課長） それでは、お手元にお配りしました次第に沿って本日の議事を進めてまいります。

まず、別紙1、別紙2を使いまして、この審議会の内容について簡単にご説明させていただきます。

まず、別紙1をご覧ください。

中小企業振興審議会についてでございますが、札幌市中小企業振興条例に基づいて設置された附属機関でございます。ご覧のとおり、20名の委員によって構成され、中小企業の振興に関する事項について調査、審議し、意見を述べる形になっております。

それから、任期につきましては、委嘱状に記載がありますけれども、本日から2年間ということでお願いしたいと存じます。

開催回数ですけれども、基本的には年2回を予定しております。過去の開催状況につきましては、お手元の資料のとおりでございます。

裏面をご覧ください、委員のメンバー表と会議の進め方ですが、後ほど選んでいただく会長、副会長を各1名を置き、議決が必要なものについては過半数で決し、同数のときには議長が決することになっております。

次に、A3判の別紙2でございます。

前回、平成25年3月6日に開催された審議会で様々なご意見をいただきました。それに対する札幌市の取り組み状況について記載したものでございます。

時間の関係もありますので、一部をご説明させていただきます。1の札幌市産業ビジョンに基づく施策展開についてというところの中ほどの3と4をご覧ください。後ほどご説明しますが、6次産業化について、さまざまなご意見が出されました。なかなか1次、2次、3次産業者とのマッチングがうまくいかないということもありましたので、6次産業化に

向けたコーディネーターを来年度、増員することを検討しております。

また、右側の一番下の10番をごらんください。

女性の起業についてご意見をいただいたところでございまして、アンダーラインにありますとおり、平成26年度に女性の起業支援を検討しているところでございます。

それから、裏面へ行っていただいて、右側の2の札幌市の立地促進の方向性についての2番目をごらんください。

バイオと言うとハードルがなかなか高いので、オールドバイオといった、味噌、醤油などの醸造などにも目を向けたらどうかというご意見をいただきました。これも後ほどご説明しますが、立地促進の分野におきまして、食の分野にもインセンティブを設けようということ、今、検討しているところでございます。

審議会の概要につきましては、以上でございます。

続きまして、会長、副会長の互選に入りたいと思います。

札幌市中小企業振興条例第16条によりまして、本審議会には、会長及び副会長を置き、互選によるということになっております。選任に当たりまして、ご意見がございましたらいただきたいと思っております。

○高田委員 もし事務局に案がありましたらお願いしたいと思っております。

○事務局（田中経済企画課長） それでは、事務局の案をご紹介します。

会長に、学識経験者でありまして、前回、この審議会の会長を務めていただいた内田委員、それから、副会長には、こちらも前回の審議会で副会長を務めていただきました池田委員にご就任いただければと思っておりますが、皆様、いかがでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○事務局（田中経済企画課長） ありがとうございます。

それでは、内田委員に会長を、池田委員に副会長をお願いしたいと存じます。

それでは、お2人は、前の席に移動をお願いできますでしょうか。

〔会長、副会長は所定の席に着く〕

○事務局（田中経済企画課長） それでは、これより後の議事運営につきましては、内田会長をお願いしたいと存じます。よろしくお願いたします。

○内田会長 ご紹介にあずかりました内田です。よろしくお願いたします。

この審議会において、とにかく皆さん方からご意見が広く自由に出て、それが札幌市側に伝わるような形で進めていきたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。

○池田副会長 副会長になりました池田でございます。

私も、前回出させていただいて、今、自分で企業をやっています。新しいものというよりも、むしろ社内にある潜在的な力をどれだけ引き出せるかというところが非常に大きなテーマの一つかと思っております。そのような中で、同様に、札幌市の産業の新しい分野ももちろんですが、潜在的な力をどれだけ引き出せるか、そういう都市の中での産業振興はとても大事なことだと思っており、そんな気持ちも含めて皆さんと一緒に考え、悩み、いい方

向に持っていきたいということで頑張りたいと思います。よろしくお願ひしたいと思ひます。

○内田会長 それでは、早速、議事に入らせていただきたいと思ひます。

お手元の式次第に従って進めさせていただきますので、まず最初に、道内市町村との連携した取り組みについてでございます。これについて事務局からご説明をお願ひしたいと思ひます。よろしくお願ひいたします。

なお、皆様方からのご質問等につきましては、説明が終了した段階でお願ひしたいと思ひますので、よろしくお願ひいたします。

○事務局（田中経済企画課長） それでは、私から、資料1、資料2についてご説明させていただきます。

まず、先般、札幌市の最上位計画となります札幌市まちづくり戦略ビジョンの戦略編が完成しております。その体系について、資料1に基づきまして、簡単にご説明させていただきます。その後、資料2を用いまして、道内市町村と連携した取り組みをご説明させていただきます。

まず、資料1をご覧ください。

左上の「はじめに」の欄をご覧いただきたいのですが、札幌市まちづくり戦略ビジョンは新たなまちづくりの基本的な指針となるものでございまして、幅広い分野にわたる総合計画として最上位に位置づけられるものでございます。期間は平成25年から10年間となっております。

まちづくり戦略ビジョンは、目指すべき都市像や基本目標を定めたビジョン編とビジョン編に掲げる都市像を実現するための具体的な取り組みなどを定めた戦略編から成っております。

左側の戦略編の策定趣旨に目を移していただきまして、この戦略編は、今後10年間で大きなパラダイムの転換を求められる三つの分野について選択を進める内容となっております。

章立てにつきましては、第1章がソフト系の創造戦略、第2章が将来を展望した都市空間の創造ということで、戦略を促進する都市整備の基本方針を定めております。また、第3章では、今後10年間の行財政運営の視点をまとめております。

本日は、第1章の創造戦略につきましてご説明いたします。

創造戦略は、暮らし・コミュニティー、産業・活力、低炭素・エネルギー転換という重点化すべき分野を三つ掲げております。

右上に産業・活力の欄がございます。

創造戦略4の札幌型産業創造戦略では、経済局で先に定めております、札幌市産業振興ビジョンの重点分野でございます食、観光、環境、健康福祉の施策の方向性を定めているものでございます。

創造戦略5の都市ブランド創造戦略では、本日の議題にもある道内循環を高める道内連

携の取り組みや海外展開の取り組みなどを定めております。

創造戦略6の産業人材創造戦略では、札幌、北海道の経済を支える人材の育成、あるいは、女性が活躍しやすい環境づくりなどを定めたところでございます。

続きまして、資料2をご覧ください。

札幌市経済局が実施する道内連携の取り組みをご紹介させていただきます。

まず、左上のまちづくり戦略ビジョンの戦略編における道内連携の位置づけをご覧ください。

戦略編の第3章の行財市政運営の視点におきましては、「北海道の発展なくして、札幌の発展はない」と明記しております。さまざまな分野において連携を進め、北海道や道内の市町村、道内の民間企業と連携することで、北海道、札幌の経済を活性化していくことが必要であるということを掲げております。

次に、右上の2の北海道内都市経済活性化会議でございます。

通称で10都市会議と申しておりますけれども、道内の人口おおむね10万人以上の10都市が集まりまして、それぞれの強みを生かし、弱みを補完し合うことを目指して会議を設けております。

次に、下になりますけれども、3番目の札幌市経済局が実施する道内連携の具体的な取り組みの欄をご紹介します。

①から⑤まで項目を分けておりますが、一つ目、①の6次産業化の推進でございます。

つながるネットは平成24年度に開設したものですけれども、道内の1次産業者、2次産業者、3次産業者の情報を掲載したデータベースとなっております。データベースの中身といたしましては、事業者名あるいはPR文などに加えまして、連携を希望するキーワードなどを掲載しているところでございます。

次に、二つ目の道内連携マッチング事業でございます。

札幌市の外郭団体であるさっぽろ産業振興財団に、北海道内の農業者を中心に訪問してニーズ調査を行うコーディネーターを1名、また、市内の2次産業者、3次産業者を担当するコーディネーターを1名配置して、現場のニーズを踏まえたマッチングを実施し、6次産業化を促進するものでございます。昨年度の実績として、1次産業者を68回訪問したほか、市内の2次産業者、3次産業者には、276回の訪問を行ったところでございます。マッチングの実績としましては63件であります。例を申し上げますと、士別の食用ほおずきを使ったジングスカンのたれや恵庭のトマトジュースを練り込んだトマトラーメンなどが商品化されているところでございます。

次に、三つ目の6次産業活性化推進補助事業でございます。

今申し上げました1次産業者と2次産業者、3次産業者が連携して、北海道の道産素材を活用した新商品の開発を行う取り組みに対して補助金を交付するものでございます。事例といたしましては、市内の食品製造業者である札幌バルナバフーズと白老の上村牧場が連携しまして、その道産ブランド和牛を使った生ハムユッケという商品を開発したところ

でございます。

次に、中ほどの2の北海道スイーツの販売促進と観光の活性化をご覧ください。

平成24年度から北海道スイーツ選手権を実施しております。札幌では、2006年からスイーツコンペティションを開催しておりますけれども、各都市でも同じような試みをされていることから、それを一括して試みようとしたものでございまして、道内菓子店の参加を募りまして、「じゃらん」のこたしの9月号に、95店舗、87の商品をご紹介しまして、その後、アンケート等によりまして、各地域のグランプリ、三ツ星スイーツを決めるという取り組みでございます。結果は、年末に発売される「じゃらん」1月号に掲載予定でございます。

次に、③の国内の販路拡大についてでございます。

一つ目は、北海道・東北キラリ品☆卸隊商談会でございます。道内の卸業者を中心に北海道内、あるいは、東北のメーカーを事前マッチング方式による商談会を開催するものでございます。ことしで、5回目となりまして、11月12日、13日の2日間を予定しております。

次に、その下の卸売キャラバン隊商談会ですけれども、北海道・東北キラリ品☆卸隊商談会は札幌で開催ですが、地方のメーカーはなかなか札幌に出て来難いというご意見をいただきましたので、こちらから卸業者が出向いていこうということで始めたものです。8月29日に帯広、9月15日に旭川で開催したところでございます。

続いて、④の海外の販路拡大でございます。

香港と上海にあるシティ・スーパーという高級品を扱うスーパーですけれども、その北海道フェアに北海道内の企業の参加を募って出展したものでございます。

最後に、5番目の企業立地についてでございます。

札幌圏みらいづくり産業立地促進補助金という制度を設けております。これは、札幌に港灣がないとか、大規模な工場適地がないということがありまして、札幌市外でも札幌圏に立地をした場合には補助金を出すという制度でございます。

今のところ、補助対象分野として食分野が加わっていないものですから、新年度におきましては、ここに食分野へも対象を拡大しようということを考えております。

以上、雑駁でございますけれども、札幌市経済局が実施する道内連携の取組をご紹介させていただきました。皆さんの意見を頂戴できればと存じます。よろしく願いいたします。

○内田会長 どうもありがとうございました。

今、説明がありましたように、今回、札幌市はまちづくり戦略ビジョンをつくりまして、その前から経済局では考えておられたわけですが、それに基づく形で札幌市が道内の各地域と連携して産業育成をしていこうという今までになかった取り組みです。それぐらい危機意識を持っているということであると思っておりますけれども、そういう意味では非常に画期的なものですので、皆様方の忌憚のないご意見をいただいて、改善するところは改

善する、方向性がまだほかに色々あるということであれば、それをお聞かせ願えればこれから進めていく上で非常に参考になると思いますので、ご自由にご発言をお願いしたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。

○大嶋委員 中小企業団体中央会の大嶋でございます。

道内の地域との連携という話でございますが、実は、ビジョンを策定する際に、確かに札幌市は道内の一番の中心地にあるので、市のビジョン、産業政策を推進するに当たっては、道内の各市町村との連携もどうかお願いしたいという発言をした記憶がございます。そういう観点からビジョンをつくっていただいて、このように実施していただいていることはありがたいと考えております。札幌市だけではなくて、道内の各地域の道南、道東は市と町村で構成されておりますので、札幌市だけではなく、例えば、道南であれば函館市においては、道南の渡島、桧山の町村と連携した動きが進んでいくように、そういう先導的な役割を札幌市が果たしていただければと思います。そういう広がりがある場合は地域にこだわらず、全道各地域の市町村と連携ということでございますが、この動きがそれぞれの地域に広がって、道内全体の産業の活性化につながる方策になっていただければありがたいと思います。できれば、今日は、国の行政、道の行政の方も見えておりますので、そういう観点を施策を進めていただければありがたいと感じております。

○山本委員 エルアイズの山本です。よろしく願いいたします。

今、道内の加工食品の商品コンセプトをつくって開発のお手伝いをしている中で、①にはすごく期待しております。ここでのポイントは、情報を網羅して欲しいというところです。例えば、ある食品をつくるのでも、こういう梱包できる会社が道内にあるのか、ないのか、札幌市にあるのか、ないのか、こういう食材を仕入れたいのだけれども、そういう農家がどこにあって、それを加工してくれるところがあって、包装、あるいは、その先もですが、1次、2次、3次のコーディネーターの方にも情報が集まっていて、インターネット上でも見る人が把握できるようにということを早く網羅していただきたいと思うのですが、これの利用状況や、この件数を集めていくことを促進するためにどのようなことがあるのか、お聞かせいただければと思います。

○事務局（田中経済企画課長） 情報を集めているのは、さっぽろ産業振興財団という私どもの出資団体でやっております。先ほどご説明したように、数は少ないですけれども、コーディネーターが訪問しているところでございます。件数も記載のとおり60件ということで、まだまだ伸ばしていかなければならないところもございます。先ほども少し触れたのですけれども、新年度に向けまして、コーディネーターを増員してはどうかということを検討しております。特に、今考えているのは、農業担当をもう一人追加することと、水産業担当を新たに追加することを検討しているところでございます。今お話のあった梱包など、2次、3次のものについても、今後、積極的に情報等を収集してまいりたいと思います。

○大石委員 北嶺不動産の大石と申します。

道内連携ということで、新幹線が入ってくるということで、函館と東北は一つ連携をやるようとしています。あそこから観光も含めて、新たな交流の中での新しい製品づくりとか、そのあたりが考えられると思います。北海道の都市経済活性化会議は年2回ということで、そのあたりについてご討議やご議論をされたのかなと思ってお伺いしました。

○事務局（田中経済企画課長） 函館の開業が再来年に予定されています。まさしく、そこに向けて、函館市も参加しているものですから、何か取り組みができないかということはこの会議の場で取り上げられました。基本的には、開業日とか駅名が決まってから、実際にイベント的な盛り上がりを示すということで、まだ案の段階ですが、再来年度に10都市のイベントを函館で集中的に開催することができないかという話題が出たところでございます。

○菅野委員 システムデザイン開発の菅野です。

今の道内の市町村との連携について、市町村と連携するときどういうビジョンで考えられているのかわかりませんが、行事的な目標なのでしょう。連携すると言いましたけれども、連携の仕方はいっぱいあると思うので、何をどういうふうに連携しようとしているのか。例えば、札幌を消費地として考えた農業の連携なのか、札幌とほかの都市が合わさって海外や首都圏に産業を発生させるような連携なのか、今考えられているビジョンや方向性はありますでしょうか。

○事務局（田中経済企画課長） 実は、今お話のあった両方とも話題に上っておりました。やはり、地方に参りますと、札幌の人口集中というか、大消費地としての販売を期待する声が多くなっております。例えば、東京に物産展などで行くときに、札幌だけで行くのではなくて、10都市という名前が適切かどうかわかりませんが、北海道全体として売り込むほうがより効果的ではないかという声も上がっております。

補足しますと、食関係の販売が中心となっております。北海道の食材を利用した売り込みが話題の中心でございます。

○菅野委員 今回の件に関して、10年間というプランのようですが、スケジュール感はいかがでしょうか。例えば、5年後にはこういうふうにしよとか、そういったものは何かありますでしょうか。

○事務局（川畑産業振興部長） 10都市連携の取り組みをここ数年やっておりますけれども、スケジュール感については、正直に申し上げて緒についたばかりで、これから何年計画でここまで行こうというところまでは行っておりません。各都市でそれぞれ事情が違いますし、お売りになりたい商品も違いますので、何かできることを出し合って、一緒にやれることをやっていこうという段階でございます。

○阿部委員 マミープロの阿部でございます。

今のお話と近いご意見になるのですが、何がというより、全体的に感じていることを申し上げさせていただきたいと思います。

例えば、4番に海外の販路拡大とあります。実績としては、香港で4店舗、上海で1店

舗で、道内企業が何社出ましたという記載がありますが、何となくイメージとして、販路拡大というのは、その後どうなったかという追跡調査も必要かと思います。それが本当の意味での販路拡大だと思うのです。全体を通して、ビジョンは何となくわかるのですが、スケジュール感と、実際にこれをやったことによる効果測定をどの辺まで追っかけていらっしやるのか。

例えば、2番のスイーツ選手権も、やった結果として、道内のスイーツの店舗同士で何か交流があって、その後もこういう展開がありましたということですね。私のイメージだと、それが本当の意味での活性化や、販路の拡大、推進、促進になっていくのかなという感じがあります。今の資料の中でいうと、全体的にやりましたという実績だけはわかるのですが、その後どうなっているかがちょっと見えてこない点がありますので、そのあたりをお聞かせいただければと思います。

○事務局（田中経済企画課長） 耳の痛いご指摘ですけれども、まず、スイーツ選手権につきましても、開催期間内に売り上げがどうなったかということ进行调查しております。シティ・スーパーでの販売についても調査をしているのですが、今おっしゃったような効果となりますと、時間をちょっと置いてということも必要になろうかと思えます。

また、時間が経過してしまいますと、増えた額が果たしてこの効果だったのか、どの効果だったのかが測定しづらい点もあります。私どもも、さまざまところから効果測定について指摘を受けているところですが、適切な数値で事業の効果をお示しするのが現実的になかなか難しいというのが現状であります。

○事務局（荒井経済局長） 今の件は、委員がおっしゃるとおりであります。私もいろいろ説明を下から聞く中で、これはどうだったのか、今後どうするのか、そのためにはどのくらいの数字が上がっていて、上がっていないとすれば何が問題かという物事に対する基本的な手法があると思うのです。部下が沢山いる前で言うのも何ですが、そのところが弱いと私自身も思っています。

確かに、経済活動なので、完璧に数字をとるのは、どこまでが因果関係なのかは難しい部分もあるのですが、何らかのものを出さないと次の評価につながっていかないのも事実だと思います。そこは、本当に我々が耳の痛い話も含めて、今日仰っていただいて、我々としては、ここまではわかったけれども、ここから先はわからないとか、ここまではこういうふうに我々としてやれたというご報告も含めて次回にしていきたいと思えます。今、この段階でこの数字が出ていないものは完璧には押さえられていないので、その辺はまた厳しいご指摘もいただければと思っております。よろしく願いいたします。

○内田会長 私もお話させていただきたいと思えます。それは、札幌市がこういうことをやったのが初めてなので、それ自体が私には驚きであり、そういう状況になってきているのだなということをお覚させていただいたということです。

そういう意味では、今までは、各市町村それぞれのところで連携するという発想は全くなくて、とりわけ札幌市はそういう意識を持っていなかったのです。それをこういう形で

やっぴいこうと文言でうたってしまったぐらいのことをやるのは、札幌市の画期的な計画だと判断しております。その意味では、データとか、どういう方向でやっぴいこうかという具体的などころまで行っていないというのは、ある意味では仕方がないと思いますけれども、こういうことを決めたからには、これをきちんとやっぴいってほしいというのが私どもの基本的なお願いになると思います。

札幌市がどうしてこういうことをするようになったかということですが、札幌市だけで何かをやっぴいっていくことが難しくなったということを経端的にあらわしているのだろうと思います。北海道全体でという形で売り込んでいかないと、非常に難しい時代になってきたのだという自覚を持っていると思います。

とりわけ、札幌市の場合はどうしてそうなるかということ、各地域が経済を發展させるためには二つの道しかないのです。一つは、すぐわかることですがけれども、自分の地域以外のところに物を売らなければいけません。または、自分の地域以外の人がある地域に来て金を落としてもらわないと、自分の地域が伸びることは絶対にないです。自分の地域の中で売買して終わっていたら、その地域は發展しません。ですから、自分の地域で生み出したものを地域以外に売ることがポイントになります。

そういう意味では、札幌市が消費地としてその役割を果たしてきたのですけれども、消費しているだけであって、振り返って見てみたら、札幌市がみずから札幌市の以外の地域に売り出しているものがあるかという形になってきていると思います。その場合に、ほかの地域と大きく連携して、道外または海外ということを経強く意識した形でやっぴいこうというスタンスだと思います。そういう中で、これから具体的に進めていくことになるかと思っています。多分、どなたもご異存はないと思いますけれども、これをきちんと進めていって、市だけではなくて道全体の経済が伸びていくような形で着実にやっぴいってほしいと思います。

あれやこれやいっぴいやるのではなくて、どれかをサンプルとして成功に行き着くまでやるというスタイルを個人的にはとっぴいしてほしいと思っています。

そちらに座っているメンバーがかわると、また自分で新しいことをやりたいというふうに行政の人はどうしても思いますので、そうではなくて、行政機関として一つなし遂げることです。自分がいるときに何かをやるのではなく、続いてやっぴいっていくことです。少なくとも、一つをなし遂げないと、全部が中途半端になってしまいますので、そういう形で考えて進んでいただければとっぴいしております。

○三島委員 セントラルプロモーションの三島と申します。

私は、企業的に、今やっぴいしていることの小さい版を既に実施しております。一緒にできるとよかつたのだなということをつくづく感じております。

実は、前回、局長にもいろいろお手伝いをいただいたのですけれども、札幌の工場と地域を結びつけるお手伝いを初めてさせていただきました。私は、市のコーディネーターでも何でもないので、地域のまちづくりをして三十何年も回っぴいしております、今、札幌

がこんなに素晴らしいことを、99%、地方は誰も知っていません。これは、知らないのか、知らせないのかは、これから進めていく上においてきっちり検証して伝えていく努力をしてほしいと思います。

それから、先ほど阿部委員がおっしゃいました効果をどうするかというマーケティングの話です。もう一つは、地域の素材をどういうふうにかけるかというコーディネートの話です。先ほど、田中さんがおっしゃいました農家、漁業にコーディネーターを1名ずつふやすというお話ですが、1名ずつふやす方がいいのではなく、全体をトータル的にコーディネートする人が絶対必要だということです。ですから、1次産業が2次産業になるときのコーディネーターは、そこで終わってしまうのです。そうではなくて、2次から3次、そして販促をずっと続けて売れるところまで全体をコーディネートする人が本当のコーディネーターだと思います。

ですから、各1次、2次、3次産業のコーディネーターをまとめるコーディネーターをきちんとつくっていくということです。我々は、小さな組織ですから、その全部をやらなければいけないのです。例えば、今回のように、三越で収穫祭というフェアをやったときに、阿部委員や山本委員にお手伝いをいただいて、ママたちからお豆を使ったスイーツのレシピを皆さんに参加いただいて、プロのパティシエがそれをアレンジしてお客様にお売りします。1週間お売りしたら、その反応が売れ行きと評価で出ます。それをきちんとまとめて次へどうやって提唱していくかということまでやらないと、全部が縦割りで一つずつ終わってしまうと思うのです。

ですから、せっかくこのような画期的ですし、私も感動して読んでいたのですけれども、こういう仕組みができたとしたら、これをきちんと続けていく民の力、そして、チームづくりをやったりきちんと1年、2年やって、できたら食べるというのについたら女性が一番です。男の人はどちらかというつくってもらったものを食べて甘んじております。つくって食べたいのは女性が多いです。それから、子どもです。子どもを持つお母さんたちは、子どもに安全で安心なもの、そして、おいしいものを食べさせたいと思っています。ですから、そういうものでチームをつくって、確実に一つずつクリアしていくというやり方をするのです。プロにマーケティングを任せればそれで終わりではなく、食べている人、つくっている人たちが一緒になってマーケティングをする、そして、一つの成功事例をブランドとしてつくっていくところまでやらないと、いつも絵に描いた餅で終わるのではないかと思います。ぜひ、ことしと来年は、そういう方向の進め方を推進していただきたいとお願いします。

○寒川委員 北海道経済産業局の寒川と申します。よろしくお願ひいたします。

道内の他市との連携は非常に素晴らしいと思います。その中で、これをぱっと見て思ったのは、札幌市の企業になるのかもしれませんが、ブランディングとして、札幌のブランドをどうやって高めていくのだろうかということです。一つ一つの項目で代表選手をつくって成功事例をつくるのはとてもいいことだと思うのですが、それを通じる札幌としての

ブランドです。今、ブランド総研などが全国調査しても札幌は圧倒的に1位ですが、それがいつまでも続く保障はなくて、それと裏返しの実力とは何なのかということです。こういう事業を展開する中で、どうやって札幌というブランドをきらきら光り続けさせるか。そのために向けた意思というのは、①から⑤を見て、数字が上がっているものはぴんこないのです。

先ほど、コーディネーターのお話がありましたが、そういうトータルコーディネートをして、その中で一つ一つの項目を使っていく、結果として札幌にいらっしゃる企業の皆さんに反映されていくといった意思を組み立てていくと、すごくいいのではないかと思います。

冒頭のご説明でウイン・ウインの関係のお話がありましたが、札幌市がこけたら北海道もこけてしまうのは明らかです。その中で、ウイン・ウインの関係といったときに、仲間をつくることも大切ですが、その中で、札幌市に足りないものでこの都市からこの分野で組みたいのだ、札幌市内の企業の中でこれが足りないから組みたいのだというぶつかり合的なものですね。一緒にやろうというのは第1段階としてとてもすばらしいと思うのですが、次のステップとして、今ここに書かれている中で、そこをどうやって明示して、どうやって企業の皆さんにも加わっていただいで一緒にやっていくかということです。そこから辺について、これからタイムスケジュールを考えていかれる中で、ぜひ頭に置いていただけるとすごくいいのではないかと思います。

もう一点は、私どもも悩みの一つですが、先ほどの効果測定のお話がありました。それで何が成立してということはありませんけれども、一番重要なのは、例えば、海外に行って、フェアに出展して売れました、成功です、その次に、何を継続してそこでやっていくのかということです。ただ、打ち上げ花火をして宣伝だということのだったらそれでいいのですが、ビジネスとして考えていくと、いかに維持させて発展させるかが大事になります。その維持、発展させるかところのサポートが実は私たち国などはなかなかやりづらい分野です。そういうときに、やはり自治体が手を差し伸べるというのがうまく組み合わせると、非常にいいと常日ごろ思っています。もし今後考えていただけるのであれば、そういった継続に向けてのサポートですね。これは時間がかかるし、それでいて重要だしというところで、どうしても単年度予算系の国はなかなかやりづらいところです。そういう意味で、さっぱり産業振興財団をお持ちの札幌市では、工夫によってはやりようがあるのではないかと考えております。

○板谷委員 ただいま国からのお話がありましたので、私、道のほうからも話させていただきたいと思います。

この視点の北海道内の都市経済活性化会議というのは、非常にいいと思っています。というのは、ほかの都市から札幌市はどう見られているかということ、一人勝ちだなということです。今、うなずいていただいておりますが、人口はそれなりにありますし、余り減っていません。そして、総合都市ということで産業もある程度はあるということで、ほかの

都市からはうらやましいと思われているところだと思います。その中で、札幌市が中心となってほかの地域の資材ですね。食べ物などを活用し、市場としての魅力があります。

さらに、札幌市の場合は、いろいろな機能があります。流通機能や加工機能がありまして、それを頼りにする部分も多いので、こういう試みがきっと札幌市の発展にも役立つだろうと思っております。ですから、ぜひ続けてほしいと思います。

実は、道内都市活性化会議は私も参加者の一人なのですが、これをやるのは正直に言って大変だったのです。なぜ大変かというと、10都市の思いが違うのです。また、これは経費も当然ながらかかるのです。そうすると、それぞれの分担となる。何を共通項としてやっていくか、これはなかなか難しい問題です。昨年度は、食、スイーツということでやったのですが、これを続けてやっていくときに、次はどういう手を打っていけばいいのかというのが参加者の一人として悩んだところでした。

趣旨としては非常にいいことなので、ほかの都市もぜひ参加したいということだと思います。

話は全く変わりますけれども、私は旭川に派遣されておりました、そのときに6都市がサハリンに行くという話があります。最初は二、三の市で行くのだなと思ったら、私も私も手を挙げてきたぐらいです。ということは、皆さんは何かやりたいのです。やりたいのだけれども、一都市ではなかなかできないことがありますので、そのときに札幌市あたりが中心となって引っ張っていただけて、札幌が元気になると、北海道は元気になりますので、ぜひともやっていただきたいと思っております。

また、事業の先ほど説明の中で、コーディネーターや効果測定の話もありました。

効果測定は、おっしゃるとおりでございます。我々も行政マンとして、やりっ放しというのは非常によくないので、何とかしたいのです。これをどうしていいのかというのは非常に悩んでいます。皆さんのご意見はたくさんあって、それをどうやって形にしながら効果測定して、いいものを作っていくのか。これはいいことですから、それでやっていくという気持ちが強ければ強いほどいいと思っております。

それから、コーディネーターについてです。これは、我々も国もいろいろな制度をつくっています。つくるのですが、実際に使っていただけるような人たちは少ないということが大いなる悩みです。実際に面倒くさいのですが、申請書を書くのもおっくうだという人もたくさんいます。こういう人たちに、手取り足取り、こうやればいい形で申請できますし、その会社の発展にも役に立つということで、何かお手伝いできる、そういうようなコーディネーターをぜひとも育成してほしいと思っております。

簡単でございますけれども、以上です。

○大嶋委員 私は中小企業団体におりまして、今、企業のところで随分厳しいことを言われたので、申し上げます。別に、全て行政の責任にしようなんて考えは毛頭ありません。こういう企業活動は企業みずからが一生懸命やらないと、幾ら行政が旗を振ってもそれはだめなことは十分承知しております。

ただ、新たな分野に進出するというのは、それなりにリスクが伴いますので、行政のほうでそれをバックアップしていただければありがたいわけです。先ほど、札幌市の都市との連携の話は私は申し上げました。私は、過去に道庁にいまして、地域で勤務したときに、町村の若手経営者によくお話ししたのです。これから、町村の経済発展のためには、都市部との交流が不可欠であるということです。それは、人的な交流もさることながら、まさに、今、札幌市が考えているような交流が必要で、町村において、どちらかという生産の段階になりますが、そういう業をやっている方は、都市部の業界の方とよく連携をとりながらやらないと発展はあり得ないよという話をしたわけです。

したがって、札幌市を中心とする市の責任という言い方は語弊があるかもしれませんが、そういう役割よりも、それに連なる近隣の町村にもそういう意識を持ってもらわなければなかなか難しいのです。したがって、今、札幌市が考えている都市部とほかの都市との連携というのは、札幌市だけの責任だけではなくて、むしろ、札幌市を逆に活用するという意識をいかに植えつけさせるかということです。これは、我々、企業を指導する立場として、そういう役割を担っているのだらうと思います。

それから、ここにあらわれているいろいろな事象ですが、これは札幌市がたまたまタッチして支援として取り組んだ事例が載っているわけです。多分、これ以外に札幌市がタッチしない民間同士のいろいろな事例はまだあるのだらうと思います。ですから、これだけの現象だけではないということも我々は認識しなければならぬのだらうと思います。

今、道の局長から、申請書をつくるのもなかなか大変だというお話がありました。中小企業の立場でいうと、税金を使ってやるわけですから、ある程度面倒くさいのはやむを得ないのだよというのはお話を我々はしていますが、それでも、申請書類一つつくるにしてもなかなか大変だということがあります。その辺のバックアップは、我々も責任を感じております。一生懸命やらせていただきたいと思います。

○太田委員 新任で参りました太田明子ビジネス工房の太田と申します。

二つ申し上げます。

まず1点目は、純粋な納税者としての疑問ですが、会議所でも同じようなご支援をされていると思うのですが、二重行政ではないかということが大変心配になりました。各経済団体にご協力いただいて、有効に税金を使っていただいて、有効な施策をとっていただくということに関しては、どう行われているのかということが1点目です。

2点目は、最近、中小企業の方々とお話をする機会が多いのですが、ご支援してもというか、ビジネスマナーという面で、これでは他都市や海外と戦えないぞというところが多いような気がしています。

今回、画期的だったということで、他都市と連携なさることですが、札幌市を含めて中小企業が発展してこなかったのは、行政が支援策を幾らとられても、企業側の努力がどうなのかということを感じています。

今後、札幌市としては、企業の意識向上にぜひ力を入れていただけないかと思っています。

す。

今回、6次化や札幌スイーツなどもやっておられるようですが、企業が施策を利用されたことによって企業体質が変わったり、売り上げ以外にも副次的な効果があったかということも含めて底上げをしていかないと、税金を幾ら突っ込んでも売れない企業が続くという感じがしています。そちらのコーディネーターをいろいろ置かれるということですが、企業向上コーディネーターと申しましょうか、阿部委員や山本委員は経験が大変豊富でいらっしゃると思うので、女性のコーディネーターなどに委託されて、ぜひ企業の底上げをしていただければいいなと思っています。

1点目の二重行政ではないかというところについて、お話を伺えればありがたいと思います。

○事務局（田中経済企画課長） 昨今、そういうご批判があることは我々も十分認識しております。例えば、同じようなセミナーが開催されていることもありますし、同じような業務を行うところがあるのも事実ですので、そういうことを避けるよう、各機関との調整などを行っております。

ただ、どこか一つがやればいいのではなくて、多くの窓口を設けているほうが利用される方にとって便利かなということもあります。重複を避ける意味では、市内の中小企業の支援機関がたくさんございまして、そのネットワーク会議を設けております。それぞれが持っている支援の内容を一覧できる冊子にしてお配りするという事で重複を避けることに努力しているところでございます。

それから、企業のセミナーにつきましては、検討させていただきたいと思います。

○内田会長 非常にいい人が現場に入って、うれしく思っています。今、私は年をとってしまったので、遠慮しながらしゃべるようにしていますが、昔の私を思い出すような感じで、非常にいい人が入ってこられたと思います。

○大嶋委員 二重行政のお話がありましたが、これは一長一短だろうと思います。中小企業を支援するお役所の立場がありまして、国もありますし、道もありますし、札幌市もありますし、いろいろな支援団体もたくさんあります。これは、それぞれ同じようなことをやっているの、一元化したほうがいいという意見もあります。

ただ、たくさんあることによって、案外、それぞれ考え方が違ってやっています、企業にとりましては、それぞれの特徴ある団体でありますので、今まで考えていなかったことがぽろっと出るようなことがあります。ですから、そういう窓口が幾つかあったほうが今まで考えもつかなかったヒントが出るような感じがします。1カ所ですと、どうしても方向が一つしか向きません。たくさんあったほうがいいのかどうかというのは一長一短のような感じがします。私のような中小企業の立場からは、数多くあったほうがいいのかもしいないと思います。こちらに相談に行ったらこの程度だったが、こちらに行ったら違う方向から指導してくれたということで、いろいろなヒントをいただけますので、そういう面があろうかと思っています。いずれにしても、一長一短でしょうね。企業の立場からは窓口

がたくさんあったほうが良いような感じがしますが、どうでしょうか。

○寒川委員 今お話をいただいたことでいきますと、例えば、海外展開のものですと、関係機関が集まって、先ほどの札幌市のお話があったように、イベント系の整理やスケジュール表などで調整したり、一緒にやったりしています。そういう関係で、相乗りをしようという形で少しずつふえてきています。

もう一つ、支援策の関係でいうと、確かにおっしゃるとおりですが、自治体とか県レベルとか私どもで、目指しているところも違うし、額も違うし、やり方も違うということがあります。北海道のように産業力の弱いところは選択肢が多いほうが良いと個人的に思うのです。例えば、同じ案件でも、農水省系のもので話に乗るのか、厚生省、文科省、私ども経産省みたいな選択肢があったほうが良いと思います。東京や大阪のようなところは世界とでも戦えるので一つあればいいのだと思うのですが、正直なところ、企業力がやや弱いというところがあれば、そこをサポートとして、それを使って伸びていただくチャンスが多ければ多いほど選択肢がふえます。それを使うか使わないかは企業の皆様のご判断だと思います。

実際に、今回の私どもの経済対策でいうと、2次、3次の公募をやっていますが、相当大きい額でしたけれども、ほとんど使い切っています。応募が多いものは本当に多いです。太田委員などが大分ご苦労された案件は、応募が多過ぎて、予算をわざわざ半分残して、残りの方は申しわけないけれども、お引き取りを願って再度公募をかけるということもやっております。そういう意味では、選択肢が多くて、そういう方向に向かって使っていただけるということはある程度あってもいいと個人的に思います。

本当に無駄な重なりは要らないと思いますけれども、同じ食でも、私どものところに来てお話しただくときの目指す目的と、農水省でお話しされるものとは違っていると思います。同じものなのですからけれども、それによって使えるものがあって支援してもらえるものが違うというのは、コーディネーターを初め、あるいは企業の皆さんを初めとした考え方でセレクトいただけるのがいいのかなと思います。今の時点ではそう思っています。

○菅野委員 今のご指摘の関連ですが、私どもは札幌でコンピューターのソフトウェアの開発をもう28年やっております。IT推進協会という業界団体にあります。ここは、経済産業局から随分後援していただいて、今おっしゃられるように、我々の持っている技術のフェアなどをやるのです。これは、やってすぐに結果は出ません。もう10年やっています。そして、10年間、毎年やっていくと、そこに徐々に根づいてきて、ものづくりとか、業界そのものも変わってきていますので、業界の中にいる我々としては、これは必要だと判断します。今は応援してもらってやっていますけれども、もし応援がなくても、我々業界がやっていかなければいけないことだと考えています。

その前には、いろいろなところで複数にやっている話を聞くと、こちらでもやっている、いつもやっているというのは無駄なように僕らも感じていました。しかし、実際にやってみると、北海道はいつも何かやっているね、元気なのだねと言われるので、そういう見方

もあるのかなという気がします。

それから、先ほどありました評価の問題です。評価をするときには、まず、現状がこうですねというものを何らかの形で見なければいけません。次に何かアクションを起こします。そして、結果がこうでしたと見なければいけません。今聞いていると、ややもすると、今の結果だけを見て、前はどうだったのかというところが抜けているような気がします。ですから、これからやるときは、できるのならば定点的にきちんと観測をして、実際に実行して、その結果を評価するということが重要かと思います。

それから、コーディネーターの話がありました。我々 I T 業界の中には I T コーディネーターという方がいらっしゃいます。正直に言うと、我々はソフトウェアを開発しています、お客様から注文をもらってつくるのですけれども、さて、そこに I T コーディネーターは果たして必要だろうかとなったときに、実は必要ありません。我々はそのノウハウを持っています。

ですから、ここにもあるように、コーディネーターが一体何をすべきなのかということです。コーディネーターは、相手がありますので、相手にどういう要求があるのか、ニーズがあるのかをちゃんと調べる必要があるのではないかと思います。例えば、食であり、我々のような I T であり、そこにどんなニーズがあるのか、ここをきちんとつかむ必要があると思います。

また、下のほうにちょっと書いてあったのですけれども、I T 業界の我々は、結構連携しています。今、非常に活発になってきています。というのは、我々もシステムを開発しているのですけれども、すそ野が非常に広くなりましたから、自分のところの技術だけではどうも間に合わないのです。ですから、ほかの違う技術を持っているところと連携して、2社とか3社が連携して一つの製品をつくらうということです。それは、地域を超えています。私どもも、今、釧路の会社とやっています。これは局から補助事業をいただきましたけれども、これを海外に持っていこうというプランを立てて動いています。

ですから、I T 業界については、いろいろな意味で連携はどんどん進んでいくと思います。やっぱり、そうしないと勝てないのです。

北海道というフィールドは非常にいいなと思っているのは、ユーザーと非常に近いところでシステムをつくることができます。それは、非常に高度で深いというか、そういったものをつくり上げなければいけません。そういうシステムは、実証実験なり実際に使ってみたりしないとつくることはできません。これは実際にその中でつくり上げて、これは全国に販売していこう、そういったものをつくり始めているし、そういった動きになってくると思います。

I T 業界は本当に広いのですけれども、技術者もたくさんいて、システムを開発しているようなところは、今、人材が非常に足りないという問題が出ています。ですから、雇用も必要になってきています。

我々の業界は、今、1 2 3 社ありまして、賛助会員を入れると 1 4 5 社ぐらいなので

すけれども、ぜひそういったところのお話を聞いていただきたいです。今、我々がどんな問題を抱えているのか、こういうことができたらいいなというものを我々は持っています。それが無い企業はないのと同じですから、ぜひそれを聞いていただいて、行政の中に取り込んでいただければ非常にありがたいと思います。

○矢橋委員 今の菅野委員の我々の話を聞いていただきたいという話に感銘を受けました。新任の矢橋でございます。本日からよろしく願いいたします。

面談のときに、地味な業界の代表として声を届けたいなんて言っていましたけれども、実は、北海道スイーツ選手権の話でございます。

私は、昨年のスイーツコンペティションで審査員を仰せつかりまして、88個の洋菓子を食べて非常にぐあいが悪くなった経験がございます。100個近いケーキが並ぶと、とても壮観で、うきうきわくわくするものでございまして、どんどん食べてしまうのです。それは、女子だけではなくて、男子も同様でございます。

その少ない代表としてお話をすれば、今、北海道では甘党男子の会とか、男だけのケーキバイキングの会とか、札幌市内は非常に活発にやっておりますが、男だけですので、なかなか地味な色合いで、非常にむさくるしい会合でございまして、華やかさが無いとメディアもなかなか取り上げてくれない、そうすると、誰も知らないという話になってしまいます。

先ほどの三島委員のお話ですけれども、確かに、男は食べるだけというところはございます。しかし、これからの若い男の子は、自分でお弁当をつくったり、食感覚も少し違ってくるように考えております。ですから、男女共同参画的な視点でいうと、女子の部分にも逆に男子の声を届けさせていただきたいと考えました。

○三箇委員 局長は、札幌は海外に出るということですが、北海道の水産物を代表する中にホタテがございます。この貝柱は、ぎょれんが1社にしか売っていないのです。これは、横浜の中華街にある商社です。これは何十年もやっていますけれども、その1社会なのです。それから、中国に渡って、中国のシンジケートを通して全国にばらまかれるということです。ですから、海外の販路を広げるといのは、その国、その国の有力のバイヤーですね。特に、東南アジアはそうらしいです。私の友人が新潟で刃物をつくって販売しています。この方が台湾の松坂屋で刃物を売ったのです。ところが、なかなか売れない。展示即売では売れるのです。ところが、たまたま、ある人からバイヤーを紹介されたところ、コンスタントに売れていくと言うのです。日本の新潟は米の産地だろうということで、刃物だけではなく、米がどんどん売れているのです。

そういう事実があるので、フェアではなくて、そちらをどう押さえていくかということです。これは行政ではなかなか難しいと思うのですけれども、先ほどから話が出ているコーディネーターだけではだめではないかと考えてお話をしました。

○内田会長 海外展開の話は、次のところになると思います。

○河道前委員 札幌消費者協会の河道前と申します。

この計画は、見た目も戦略ということで、元気が出てくるようなプランだと思いました。やはり、札幌はどんなイベントがあっても全道各地からいろいろな方が集まってきて、札幌は非常に恩恵にあずかる部分が多いと思うのです。その分、道内の各地にお返しというわけではないですけども、道内各都市の経済活性化の取り組みなどをどんどんやってほしいと思います。

やはり、北海道の場合は、食料自給率が200%ということもあって、やはり原料調達場所になっていると思うのです。ですから、例えば、⑤の企業立地のところで、ここに食分野を加えるという説明が先ほどあったのですけれども、食分野も加えていただけないということではなかったと思います。

今、TPPの行方もわからない状況で、北海道の第1次産業がこれからどうなるかというのは非常に難しい局面を迎えていると思うのですが、その辺も考えながら、会長も言われていたように、10年を見通した長期的な展望を持ってぜひ進めていただきたいと思いました。

○山本委員 海外販路拡大のところですが、私は、数年前に、上海の復旦大学で教授の講義を受けたことがございます。日本の企業が中国に行ってビジネスをするにはという題だったのですが、中国でビジネスをするのは大変難しく、先ほど親玉という話もありましたが、そういうこともあったり、骨を埋めるつもりで来ないと無理だよとか、いろいろなお金がたくさんかかるという話も聞いていますし、実際に中国ですごく売れた事例もそんなに聞かないと思うのです。最近では、中国を飛び越えてフィリピンやシンガポールに行く企業も私のお客様でも出ていますので、もう少し販路の先の研究が必要ではないかと思うのですが、どうでしょうか。

○事務局（田中経済企画課長） お話のとおり、中国は、昨今の事情もあり、販売額としてもなかなか伸びないのが現状です。

海外展開につきましては、次のテーマで詳しくやろうとは思っているのですけれども、おっしゃるとおり、中国以外の東南アジア、ASEAN諸国がターゲットになるかと考えております。

○古内委員 私は、小さなお店ですけども、自分で商売をやっています。また、商店街の女性部の組織でお手伝いをさせていただいています。どんなお店も魅力的でなければ続きません。続けていくことが大変です。

先ほど、内田委員から、自分の地域だけでは物は売っていても限度があるけれども、ちゃんとほかに行って売らなければいけないよというお話もありました。私は、自分の地域の本当に小さな世界の中で仕事をしていますので、せめて地域の方は地域で物を買ってくださいということをいろいろなことで訴えています。札幌のブランドの美味しいものは札幌市民がみんなであらうとか、自分たちの地域にお店があったら、その地域を盛り立ててあげるような動きをしてやるとか、そういう思いやりの気持ちがなかったら、それぞれの店はちゃんと生き残っていけないのではないかといつもずっと感じて商店街活動をやっ

てきています。ぜひ、この場をかりて、地域の中で一生懸命やっているお店があったら応援していただきたいし、おいしくなかったら、この味は違うよ、もう少しこんなふうにしたらうまくいくよということも言ってあげたら、そのお店も努力できるのではないかと思います。

札幌市もいろいろなことをやっていただけますね。大学生を集めて商店街と連携するためにどうするかとか、いろいろな施策を考えてくださって、私たちも非常にありがたいと思っています。ただ、本当にそれが自分たちの商店街の活動として利益につながるのかということを考えると、はい、やりますと言うわけにはなかなかいきません。それでも、せっかく若い人たちが考えてくれていることを私たちの商店街はどんなふうにして受け入れて、その子たちが世の中に行ったときに、あんなことをやれて、自分が社会人になったときによかったなと思えるようなことにつながればいいなと思って、いろいろなところでやれることはやろうと考えています。

○高野委員 初めて参加させていただきました。

今お話を伺っていて、商店街のお話もされたのですが、今、インターネットなど、情報網がいろいろ広がってきて、商店街でも本当に安心・安全なもので、おいしいものをつくっているところはたくさんあります。そういうことをITできちんと広げるということも札幌のブランドを高めていく一つになると思って聞いていました。

北海道は、安全・安心な食べ物が大変多いと思います。そういう中で、そういうものを外に売るということもあります。そこに来てもらうということですね。食と観光ということなので、人を札幌に呼ぶという中で、交通網というか、交通の部分との連携も考えなければいけないと思います。札幌には丘珠空港がありますので、遠くからいろいろな形で呼ぶことも可能だと思っております。そういう中で、大きなまちの札幌に来たけれども、商店街にきらりと光るお店があるよというところで、そういう人たちがたくさん来てくれる、新しい人たちを呼ぶということにもつなげていくと、札幌のブランドが継続できると思いました。

今、大きなお店が出てきている中で、地域の商店街は厳しい状況になってきています。ですから、そういうお店に対する札幌市の助成の制度も充実させていっていただいて、そこで働く人たちも安心して働ける労働環境にもつなげていただきたいと思いました。

○内田会長 それでは、先に行きますけれども、今回、これだけ意見が出たのは、札幌市から道内連携に取り組むという画期的なご報告があったからだと思います。今までは、そういう意識はあったと思いますけれども、それを表に出すことはなかったもので、これは大きな前進だと私は思っております。

ただ、今の委員の皆様の話の話を聞いていると、道も国も民間も全部が札幌市に依存するようなスタイルに見えてしまっていますが、それを全部引き受ける必要は全くないと思っています。札幌市は札幌市として生きていなければ潰れてしまっ、全道も潰れてしましますので、それを全部引き受ける必要はありませんけれども、札幌市が軸になって地域、全道を

盛り上げていくという精神は絶対に失ってはいけないと思います。そこの兼ね合いは行政としては難しいと思いますけれども、いろいろと綱渡りをする形でもやっていってほしいというのが私の一番のお願いです。

要求を全部のみ込むなんてことはほとんど不可能ですので、行政としても、今、人手不足ですし、お金もない中でほかのところの面倒も見ていくということは、その意識自体を私はすごく評価したいと思っています。先ほどのいろいろな委員がおっしゃったように、続けていってほしいのです。続けていくところにポイントがあるのです。打ち上げただけで終わってしまうのではなくて、我慢しながら続けていくというスタイルをとってほしいと私は思っております。

1番目が長くなってしまいましたが、2番目に入ります。既にご意見が出ていますけれども、市内企業の海外展開の取り組み促進について、札幌市のほうからお話を聞かせていただきたいと思います。

○事務局（田中経済企画課長） それでは、資料3、資料4に基づきまして、市内企業の海外展開の取り組み促進について、主に食を中心としたお話になろうかと思っておりますけれども、説明させていただきたいと思っております。

まず、資料3をご覧ください。

先ほど、現状分析が大事だというご意見があったからではないですが、現状からご説明させていただきます。

まず、1の北海道内港から輸出の内訳と特徴でございます。

左側の棒グラフをごらんいただきたいのですが、これは福岡県と北海道を比較したものでございます。ごらんとおり、福岡県は北海道の10倍と桁違いの輸出を行っております。ただ、食料品だけを捉えますと、福岡県では296億円、北海道では364億円ということで、北海道の方が輸出額は多くなっている現状でございます。

続きまして、その右側の円グラフをごらんください。

北海道内港からの輸出の3,848億円の内訳でございます。自動車部品、化学製品などは、苫小牧や室蘭からの輸出になろうかと思っております。その中でも、先ほど申し上げた食料品が364億円で9.5%を占めます。今申し上げたのは、北海道道内港からの輸出額ですけれども、2番として、札幌市内企業の輸出はどうかというところでは、統計的なものがないので、全てを把握できている訳ではないのですが、アンケートベースで調査をしたものであります。市内企業の輸出の総額は112億円でして、中でも食料品が48億円となっております。48億円の内訳が左下の3にありますけれども、水産品、農畜産品が合わせて8割以上でございます。その次がお菓子、麺類、調味料という内訳となっております。

それから、先ほども外国人の観光客のお話がちょっと出ましたけれども、4番として、外国人観光客はどのような経済効果があるのかということをご説明いたします。

宿泊者数は、平成24年度は68万人でございました。震災前の平成22年度が62万

人でしたので、震災前を既に超えているということでございます。これも調査によりまして、海外観光客が1回札幌に来ると1人当たり6万6,000円を使うというデータがございます。単純に68万人に掛けますと、外国人の観光客だけで450億円の経済効果があるということでございます。

こういった外国人観光客を呼ぶために、5の映像プロモーションですけれども、コンテンツ特区の取り組みで、札幌を紹介する映像を札幌でロケをしていただくと助成金を出すという制度を設けております。これによりまして、5件の海外の番組制作を支援したところなんです。例えば、タイで北海道フェアを開催するのに合わせて札幌の映像を紹介するような番組をつくっていただくというような取り組みをしております。ご覧のとおり、直行便の効果ももちろんありますが、タイの宿泊数は激増しており、7,000人から2万7,000人にふえております。

今後の私どもの取り組みの方向性です。

まずは、先ほど6次産業化というお話もありましたが、道内の食、農産品等の付加価値を向上させて、輸出を拡大させようということです。そうすると、外国に北海道、札幌の食の魅力が浸透して、観光客に本場で食べたいという思いを持っていただけていただける、③のインバウンド増加に結びつけたいということです。そしてまた、帰国後に北海道のものを買っていただくということです。

このようなサイクルを生み出すために、さまざまな方策を打っていくことを予定しています。

続きまして、資料4をごらんください。

今申し上げた付加価値の向上、輸出の拡大、インバウンドの増加という三つの柱に沿って、それぞれの課題や機会、それから、まだ予算化できている段階ではありませんが、平成26年度に新たに検討している事業についてご説明させていただきたいと思っております。

まず、1の付加価値の向上でございます。

課題といたしましては、北海道、札幌は、ブランドイメージは高いのですけれども、道産食材、農産品等がそのまま出ていってしまっていて、付加価値としては低いという現状があります。それから、物はいいのけれども、デザイン的にいま一つということもあろうかと思っております。

一方、機会としては、フード特区の試みで北海道食品機能性表示制度がスタートしておりますので、そういった機会を捉えて付加価値を向上していこうというところなんです。

具体的には、三つの事業を掲げております。

先ほどもご説明しましたが、6次産業化をさらに促進していこうということです。それから、真ん中にフード・イノベーション創造支援事業とあります。これは、機能性表示を得るために、ヒト介入試験というものがハードルとしてあるのですけれども、そういったデータの取得を支援することを目的としたものでございます。

それから、一番下のクリエイティブ産業の創発ということで、ICCと申しまして、東

札幌にあります産業振興センターの中に、コンテンツ産業やクリエイターを支援する施設を設けております。ここを活用いたしまして、クリエイターと北海道内の企業を介して、デザイン性にすぐれた製品開発をしていただけたらと思っております。

事例としましては、マスコミ等に取り上げられたこともありますけれども、白クマラーメンです。かわいいパッケージにしたら爆発的に売れたということが挙げられるかと思えます。

続きまして、2の輸出拡大のところでございます。

輸出に取り組む企業が少ないというような課題があり、機会としては、先ほど中国やアジアの話もちょっと出ましたけれども、アジアの経済成長は魅力的だということです。

それから、右側の3のインバウンドの増加です。

先ほども申し上げましたが、観光客に来ていただくと、大きな経済効果があるということで、輸出の拡大とともにインバウンドの増加を図っていくのですが、これも機会としましては、コンテンツ特区の取り組みで、通訳案内士という制度がことしスタートしております。

具体的な取り組みですけれども、まず一つ目は、外食産業の海外展開支援ということで、オータムフェスト in 香港です。大通で開催されているオータムフェストは市民、道民に大人気ですけれども、札幌と同じ規模とはいきませんが、香港の商業施設内などで外食産業が出展するイベントをやったらどうかということを検討しています。そこで食べていただいて、本場で食べたいと思っていただき、北海道、札幌に来ていただくという中身でございます。

それから、右下にちょっとずれていただいて、食の魅力によるインバウンドの推進ということで、クール・サッポロプロジェクト事業があります。オータムフェストは、比較的大衆を対象にしているのですが、これは、高級料理を富裕層に食べてもらって、そういう方たちにさまざまな発信をしていただく、実際に来ていただくことを狙ったものでございます。

それから、真ん中の道産有望食品の輸出強化です。これは、基本的に日本酒を考えております。日本酒といえば、新潟などが一般的には広まっているのですが、日本酒にまだなじみのない新たな地域に、日本酒といえば北海道なのだというすり込みをしてはどうかという中身です。海外バイヤーを招聘した商談や、道内の酒蔵を見ていただいたりということを考えております。

それから、一番下の映像を活用したプロモーション強化です。プロダクトプレイスメントと言っていますけれども、映画などで商品をさりげなく映像に移し込んで、その商品の販売を増ふやしていこうというものでございまして、そういう映像を作成するときに補助金を出そうということを考えているところでございます。

例としましては、そこに記載のありますとおり、今年度、シンガポールのメディアが取材に来たときに、道産食品を映していただいて、それに関してインターネットの販売サイ

トを立ち上げるということを今年度検討しているところでございます。

雑駁ですけれども、取り組みについては以上でございます。

○内田会長 どうもありがとうございました。

それでは、今のところでご質問、ご意見はありますか。

○三箇委員 聞きなれない言葉が入ってきました。インバウンドなどですが、前の審議会でも出たように、片仮名の言葉で意味が曖昧な言葉が羅列されないようにという話があったと思います。例えば、ここで書いてあるクール・サッポロという呼び方はいいのでしょうかけれども、何なのかというところのご説明を願いたいと思います。

○事務局（田中経済企画課長） インバウンドというのは、外国からの観光客ということの意味しております。

それから、クール・サッポロというのは、一言で説明するのはなかなか難しいのですが、クール・ジャパンという言葉がありますが、日本の魅力、札幌では札幌の伝統、文化、食材もそうですけれども、そういう札幌の魅力をクール・サッポロという総称であらわしまして、そういったものを海外に向けて売っていこうという試みでございます。わかりづらい言葉で大変恐縮でございます。

○菅野委員 海外展開ですけれども、まず、IT業界に関しては、今、海外とやろうとしています。プログラムを開発するのですけれども、そういった要員はコストの部分ですのでできるだけ安く上げようということで、以前は、中国の瀋陽へ札幌市との姉妹提携ということもあって何度かお伺いしたのですけれども、今は、ベトナムとかミャンマーで開発やデータ入力などをやっているようです。

我々の業界としても、そういったことは進めていこうと思うし、インターネットの環境さえあれば、どこで開発しても余り関係ないので、それはそれで非常にやりやすいので、これはやっていきたいと思います。

また、ここにある北海道の中のインバウンドに関しては、SNSを使った情報発信にぜひ取り組んでください。

我々もそうですけれども、出張に行ったり、いろいろなところでどこにしようかというときは、いわゆる口コミです。これは、情報の中で非常に重要な位置を占めますので、ぜひ札幌に来たらいつでもどこでもネットに無料ですぐにつながるという環境をつくっていただきたいのです。海外から来た人は、ツイッターなどのSNSを使って地元で情報をどんどん発信していきます。これは、最も価値のある情報になる可能性が高いので、それはすぐにできるような環境をつくられたらいいと思います。

それから、ほかの地域もそうで、土別だと思えますけれども、海外からスポーツ合宿に結構来ているのです。そのときも、一々携帯をかざして電波はどこにあるかなどとやるわけではなくて、いつでも使えるような環境を提供するのはいいことだと思います。

それから、インバウンドとして、イスラム圏の方たちもふえてきていますし、さまざまな人たちが北海道に結構来られています。ですから、そういう人たちからダイレクトに、

要求や、どんなことがあるのか、アンケートなり、会話を交えてもいいですから、感想を聞くことが重要です。そこを具体的に行くと、えっ、こんなこともということが結構あります。ぜひそういったことが必要かと思えます。

それから、ほかのこともそうですけれども、やはり、海外に向けた情報発信の中で、我々もそうですし、観光に携わる会社でも、英語になっていないところがまだまだたくさんあります。また、英語でデータベースを検索したときに、さまざまな検索結果がたくさん出てくるような仕組みですね。例えば、札幌市のいろいろなところでデータベースをつくっていますけれども、海外からアクセスする場合のキーワードは随分違いますので、その辺のところをつくっていただいて、学識経験者も含めて、海外の留学生の意見も入れて、たくさん出てくるようにしていただきたいのです。北海道、札幌はすごいね、こんなに出てくるよと。1件か2件がぼろっと出てくるのだったら、何なのだという話になってしまいます。そういう意味では、ITをぜひどんどん使って、そういったところをコード化して、情報発信をできるだけ早目に進めるようにしてほしいと思えます。

僕らもそうですが、電波を探すことはできるだけしないように、お金のこともあるのでしようけれども、いつでもどこでもつながっている。そうすると、彼らが宣伝してくれますから、そういったことが必要だと思えます。

次に起きるのは、今、皆さんはスマホを持っているかと思えますけれども、アイコンをダウンロードして、ダウンロードしたアイコンにある機能をつけると、その人がどういふふうに動いたかという軌跡をとることができます。こういった仕組みも取り入れる、それは個人情報はどうのこうのではないです。誰がどこなんてどこでもいいことです。何歳ぐらいの人がどうなのかねということです。ビッグデータといいますか、たくさんのデータをもとにした解析ができると、全く違う観光ルートなり、観光のあり方なり、いろいろなものが見えてくるような気がします。

そんなことを、我々はITのプロですから、ぜひ一緒になってやっていただければありがたいと思っています。

オフレコだとすれば、上田市長は1兆円産業にするとおっしゃったような気がします。今は何兆円のところかなと思っていますので、よろしく願いいたします。

○阿部委員 先ほどの山本委員のお話にもありましたように、私も中国に進出しようとしている企業が途中で断念したという話は多々聞いております。どちらかというところ、日本人の文化と近いところで、シンガポールや台湾、ミャンマー、そして香港という話をよく聞きます。今回の資料の中でいうと、香港とのやりとりが非常に多くなっているのは、何か理由があると思うので、そこをお伺いできればと思います。

○事務局（田中経済企画課長） ご承知の方も多いでしょうけれども、香港は中国の入り口というか、自由港であって、そこから後ろの中国に入っていくと行きやすいところがあります。また、関税や手続きなどの面も含めて、ビジネスがし易いということもあり攻めやすいというのが理由です。

あとは、同じ理由でシンガポールもあの辺の地域の入り口となるので、まずは攻めやすいところから入っていこうかなということを中心に考えている状況です。

○山本委員 インバウンドに関して一つ提案があります。当社はリサーチ会社ですので、どうしたらもっと集客ができるかという相談をよく受けるのです。最近、これがいいなと思ってやっておりますのは、実際に来ているお客様に、何が決め手でここに来ているのかというアンケートをとっていただけたら、とても参考になると思います。

北海道、札幌にリーチした媒体が何で、どういう魅力を求めて来ているのか。それを分析していきますと、世界各国の特徴かもしれませんし、例えば、ゴルフをする方がすばらしいゴルフ場があって、こういうところだからという札幌の魅力の分析もできます。ですから、いらしている観光客、特にリピートしている方のアンケートをとって分析することをお勧めしたいと思います。

もう一つは、先ほどの菅野委員の意見に私も大賛成です。いかにネット上で検索してヒットしてもらえるかというきっかけづくりだと思います。映像ということが結構出ていますけれども、各国別の映像一つ一つつくっていくと、多分、莫大なお金がかかるとなっています。これを否定するつもりはなくて、それがきっかけで中国のお客様がふえたということもあるのでいいと思うのですが、例えば、フリッパーという回転ずしで、小樽店は外国のお客様がとても多いのです。なぜかという、卵焼きをつくる動画がユーチューブにアップされていて、物すごくヒット数なのです。私もこの間見てみたら、外国人の米がワンダフルとか、イエロースポンジみたいだとか、いろいろなコメントが入っていて、それがきっかけで来ているのです。ですから、低予算でも、ユーチューブは検索が多いので、そういった入り口も工夫していろいろ考えていくのもいいと思います。ご提案です。

○太田委員 経済効果ですが、450億円という試算が出ていますけれども、今後、経済効果を示していただくときに、実は、私は自転車を愛する一人なのですが、自転車ツアーで来られているお客様は、海外の旅行会社、もしくはJTBなどを使って北海道に来られています。実際にたくさん来られていて経済効果があるのに、市民の生活としては余り実感が無いというのは、経済効果の出し方、実際に札幌の企業がどうなったかという細かいデータがあれば、私どももわかりやすいと思います。新しい指標というか、今後の経済効果の指標にもなるかもしれません。

○大石委員 私は、瀋陽で合弁の会社をやっているのです。何度か行く中で、北海道へはブランドとして非常に憧れを持っております。例えば、建築技術は非常におくれているのです。北海道の断熱技術などはすごく有望だと思っております。中国に行く中で、北海道から何かを持っていこうと思っています。大きな企業だとできるかもしれませんが、小さな企業をやるときに、その国の制限があって、その部分が結構ぶつかって、なかなかうまくいかなかったのです。それを切り抜ける突破口がどこにあるのか。

たまたま、道北の農家の方が、牛乳からアイスクリームの原料をつくって輸出しようとしたのですが、結構難しく断念しました。ですから、いろいろな方がどんな形で輸出で

きるのかということですね。小さな企業、小さな生産者が海外とつながり合える上で何が必要かというあたりの情報があったほうがより効率的かと思います。行こうと思っても断念することが多々あるので、そのあたりの情報提供もあるといいなと思っています。

○矢橋委員 最初のブランドイメージが高いものの付加価値が低いというところでは、北海道ザンギ連盟という団体の顧問を仰せつかっております。略して道ザン連と言います。そう名乗るからには、ザンギとは何だという話になります。我々は、鳥でもたれでも道産のものを使ったものがザンギであると言います。結局、それは鳥のから揚げではないかという話になるのですが、それはそうなのです。鳥のから揚げなのですという開き直りでやっている団体です。しかし、「ザンギ」という言葉自体がひとり歩きするのです。鳥のから揚げなのだけれども、ザンギ定食ということで、外国人には、それは鳥のから揚げではなくて、ザンギだと言えば、丸め込める、そんなあくどい商売をしようという話ではないですが、言葉一つで付加価値ができるのです。北海道にもそういう方言がたくさん埋まっているのではないかと思います。お金をかけないで付加価値の向上はできるのではないかと思うので、一言申し上げました。

○内田会長 そろそろ予定の時間になってまいりましたが、副会長の池田副会長からどうぞ。

○池田副会長 きょうは、すばらしい意見が多かったと思います。私が聞いていて、一つの企業も役員会とでもいいですか、そんなイメージのように感じておりました。いろいろな分野の方たちが集まって意見を集約するということはとても大事だなと、改めて感銘しました。

きょうは、二つのテーマのうち、どちらも加工度を上げるということが大きなキーワードとして出ていたと思うのです。今後、実績を出すにも、加工度のあったものの輸出ですね。どう加工していったかということと、きょうは三箇委員がいらしていますが、そのときにかかわるものとして、例えば食品をやるには機械とか、人材とか、素材もそうなのですが、ただつくればいいという農家はほとんどいないと思います。こだわった農家はどんな農家がいるのか、それから、食に対応できる機械ですね。去年、経済省で、食品企業と機械屋のマッチングをやってみたのですが、意外と接点がなかったので、食品の機械に具体的に対応できる企業ですね。

今回、私が工場を移転したときに、名古屋からの機械屋に一つ5,000万円くらいの機械を頼んだのですが、工場に入るときの靴の脱ぎ方がすごく違うのです。名古屋の人たちは、工場に入ってきたら必ず作業靴に切りかえて入るのですけれども、きちんと並べます。それから、たまたまだったのでしょうけれども、地元の企業方たちは、脱ぎっ放しというか、足の後ろ側を踏んでいたようなスニーカーを置いてあったりするのに対して、やはり、靴の脱ぎ方一つから鍛えられている地域は違うなと思ったのです。

そういう意味では、機械プラス人材ですね。どういう人材が、どのくらい人たちがこの地域にいるかということは勝負だと思うのです。人材育成といっても、具体的につくる育

成なのか、販売する育成なのか、ITの活動をするような人材育成なのか、そういう具体的なあり方を示していくことが大事だと思います。例えば、パティシエなり物をつくる人がこの機会に1,000人つくろうとしたら、そのためにはどうしたらいいのか、そういったことを一つ一つ積み重ねることで、夢物語ではなくなるのだろうなという気がします。

一方、これだけのメニューがありますので、おんぶに抱っこみたいに企業が甘えず、それを十分活用できるような企業体になっていかなくてはいけないと、我々企業家としても感じるものがありますし、そこをお互いにせめぎ合って、本当の意味での産業振興ができればいいなとつくづく思っています。

これから2年間ですけれども、きょうも皆さんから素晴らしい意見をいっぱいいただいたので、いい仲間と議論できるなと思いました。座長も自由に話していいといつも言っていたので、それも含めて、ぜひいい形で、2年間、本当に腹を割って話し合えるような審議会になったらいいなと思いました。お願いと思ったことを含めて、感想とさせていただきます。ありがとうございました。

○内田会長 完全な締めで終わりましたので、私が言うことはありません。

本日の審議会はこれで終了させていただきたいと思います。

事務局に返しますので、よろしく願いいたします。

3. 閉 会

○事務局（荒井経済局長） 長時間にわたりまして、ありがとうございました。

最後は池田副会長に締めていただいたので、言葉がないのですけれども、きょうが第1回目ということでお話を伺いました。我々の施策の中で新しいことを幾つか述べさせていただきましたけれども、皆さんのお話を聞いて、一番大事なのは何かということを考えながらきょうの2時間過ごしてきました。やっぱり、地に足の着いたしっかりした仕事をすることがまずもって大事なのだということを感じいたしました。その上で、新しい施策なり、新しい連携の模索なりがあるのだろうなと感じました。

我々職員は、皆、そういう思いでいると思いますので、皆さんの意見をお聞きしながら、しっかり地に足の着いた仕事をしながら、そして、新しいことにチャレンジしていくことでこれから進んでいきたいと思いました。

これから2年間ですけれども、どうぞよろしく願いします。

きょうは、本当にありがとうございました。

以 上